اللقب :مرزق

الاسم :سعد

الوظيفة... **:**أستاذ جامعي

الرتبة:استاذ مساعد

المؤسسة :جامعة زيان عاشور الجلفة

الهاتف : 0550379995

العنوان البريدي.: ص.ب 5380 الجلفة

العنوان الإلكترونيmrezguesaad@yahoo.fr

عنوان المداخلة....: . :**دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة**

المحور رقم :المحور العاشر

لغة المداخلة:العربية

بطاقــة المشاركـــة

اللقب : يونسي

الاسم : مصطفى

الوظيفة... **:**استاذ جامعي -

الرتبة :أستاذ مساعد

المؤسسة : زيان عاشور جامعة الجلفة

الهاتف0555837905 **:**

العنوان البريدي... **:**حي عين الشيخ مجم ع الاندلس بناية 810رقم 05الجلفة

العنوان الإلكترونيyounsim82@yahoo.fr :

عنوان المداخلة....:**دور إبداع رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة**

المحور رقم :المحور العاشر

لغة المداخلة :العربية

دورا بداع رأس المال الفكري في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة

ملخص

يشهد العالم عصرا جديدا هو بحق عصر المعلومات واقتصاد المعرفة، أين صارت فيه قيمة المنظمة وثروتها لا تقاس بما تملكه من آلات ومعدات ورأس مال مادي فحسب بالرغم من أهميته، وإنما تتحدد أساسا على أساس ما تمتلكه من طاقات فكرية وإبداعية متميزة، وبهذا أصبح رأس المال الفكري في المنظمة بما يتضمنه من أصول بشرية وفكرية، أهم ثروة تمتلكها المنظمة وأفضل مخزون تعنى بتنميته وتطويره لأجل الاستفادة منه في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة .

إن مستقبل المنظمات وسعيها لتحقيق ميزة تنافسية، أصبح اليوم مرهون بما لديها من أصول فكرية والتي أصبحت قابلة للقياس، كما أصبحت هذه الأصول شرطا أساسيا لاستثمارات المنظمة، ومثل هذه الأصول باتت تمثل الركيزة الأساسية لبقاء وتنافسية المنظمة في مجال الأعمال في ظل عصر المعلومات ، حيث قد تفوق فيه قيمة الأفكار المبتكرة، قيمة الثروات المادية، لذلك أصبح لزاما على المنظمات أن تنمي رأس مالها الفكري، وتتعلم كيفية تحويله إلى أرباح، وتعزز به مكانتها التنافسية، ولا يتأتى لها هذا إلا إذا كانت تمتلك من الموارد البشرية المؤهلة والقادرة على الإبداع .

résumé

Le monde est témoin d'une nouvelle ère, qui est vraiment l'ère de l'information et l'économie de la connaissance, où la valeur de l'organisation et sa richesse ne se mesure pas avec ses machines et ses équipements et tout capital physique, malgré leurs importance, se détermine principalement par sa possession des énergies intellectuelles et créatives, d'où le capital intellectuel devient dans l'organisation avec son capital humain et intellectuelle , la richesse la plus importante pour l'organisation et une meilleur source qui prendra en charge son développement pour la réalisation d'un avantage concurrentiel durable.

L'avenir des organisations et ses tendances à obtenir un avantage concurrentiel dépend d'actifs intellectuels, qui est devenu mesurable et une condition nécessaire d'investissements préalables de l'organisation et ces actifs sont devenus le principal pilier pour la suivie et la compétitivité de l'organisation à la lumière de l'ère de l' information où la valeur des idées innovantes excède la valeur des richesses matérielles, par conséquent, il est impératif que ces organisation développent ses capitaux intellectuels et apprendre à la transformer à un bénéfice,et d'améliorer sa position concurrentielle et ceci n'est possible que si elles ont les ressources humaines qualifiées et capables de créativité.

مقدمة :

لقد اعتمدت المؤسسات الاقتصادية طيلة عقود من الزمن على القدرات المالية والمادية لتحقيق الميزة التنافسية، فكانت إستراتيجية الدخول إلى الأسواق تتبنى على أساس ما تمتلكه المؤسسة من قدرة على الإنتاج الموسع المتميز بالتكنولوجيا العالية والأسعار المنخفضة، وكان الاعتماد في كسب ولاء الزبائن على ما تمتلكه المؤسسة من ميزات تنافسية التي تحققها الموارد المالية والمادية .

أما بالنسبة للعنصر البشري فقد كان يمثل عنصرا كباقي عوامل الإنتاج الأخرى، يؤجر ويحصل مقابل ذلك على أجره، تحدد له مدة العمل الواجب بقاءها في المؤسسة، المهام الروتينية المنوطة به، يستنتج من ذلك أن العامل له دور آلي في المؤسسة التي ينتمي إليها، وربما ليس له حق إبداء الرأي، أو محاولة تعديل أسلوب العمل، أو الاجتهاد في إيجاد وسائل أخرى أكثر كفاءة في الأداء .

ومع تحول الاقتصاد من اقتصاديات الماديات إلى اقتصاديات المعرفة، زادت أهمية العنصر البشري كميزة تنافسية للمؤسسات، فقد أصبحت الموارد البشرية وطرق إدراكها من الميزات التنافسية الهامة واعتبارها أهم أصول المؤسسة، ونشأ اهتمام إدارة المورد البشرية الحديثة بقضايا المعرفة ومصادرها وتجلياتها في شكل رأس المال الفكري من طبيعة التحول الذي حدث في مفهوم إدارة الموارد البشرية ذاتها، إذ لم تعد تقتصر في اهتماماتها على مجرد البحث عن العاملين وتنفيذ إجراءات التوظيف وصرف المستحقات المالية، بل أصبحت أكثر اندماجا في تصميم استراتيجيات الأعمال ووضع السياسات و خطط المنظمات بما يحقق توظيف العنصر البشري و طاقاته في تفعيل تلك الاستراتيجيات والخطط، ومن ثم فقد أضحت القضية الأساسية التي تهتم بها الموارد البشرية الحديثة هي إدارة الأداء البشري، وقد تبين أن العوامل الفكرية والذهنية أو ما يمكن التعبير عنه بالقدرات المعرفية للموارد البشرية هي أهم محددات أدائه .

والواقع الذي يبدو جليا في الوقت الحاضر وخاصة الدول المتقدمة هو أن الثروة والقيمة والتطور في المجتمعات والاقتصاديات المتقدمة أصبح يعتمد على رأس المال الفكري وجوهره الأساسي هو المعرفة، مما يعني أن توليد القيمة والثروة انتقل من عمل الأشياء إلى العمل المعرفي، ومن استغلال الموارد الطبيعية إلى استغلال الأصول الفكرية، ومن قانون تناقص العوائد الذي ينطبق على السلع المادية إلى قانون تزايد العوائد بالنسبة للمعرفة والأفكار .كل هذا يعني أن الاقتصاديات والمجتمعات انتقلت من رأس المال المادي إلى المعرفة ورأس المال الفكري الذي يعتبر ميزة تنافسية مستدامة، تحقق مختلف المنظمات بقاءها وتطورها عن طريق عملية الإبداع .

بناءا على ما سبق نسعى من خلال هذه المداخلة لتوضيح العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيقه للميزة التنافسية عن طريق مدخل الإبداع، في ظل البيئة المتسارعة التغيرات بسبب التحولات التي طرأت على الاقتصاد العالمي و توجهه من اقتصاد الماديات إلى اقتصاد المعارف .

-Iرأس المال الفكري :

في اقتصاد المعرفة حيث المعرفة هي المورد الأساسي والمؤسسات القائمة على المعرفة تنشىء القيمة عن طريق المعرفة وتحويلها إلى أشكال أكثر فائدة، فإن رأس المال الفكري يصبح هو الثروة الحقيقية للمؤسسات والمصدر الأساسي للميزة التنافسية .

I- 1مفهوم رأس المال الفكري :

يعتبر رأس المال الفكري المعرفة التي يمكن استغلالها بطريقة مجدية، وهو مفهوم يجمع بين مصطلحي الفكر ورأس المال من أجل استثمارها بطريقة تسمح بامتلاك ميزة تنافسية مستدامة .

ولقد تعددت التعاريف التي أوردها الباحثون لتحديد مفهوم رأس المال الفكري، ويمكن عرض أهمها فيمايلي :

عرفه :(HANSEN) بأنه الأصول غير ملموسة التي يمكن استخدامها كسلاح تنافسي من قبل المؤسسة في عملية التطوير الإبداعي والاستراتيجي التي تعتمد على الابتكار والإبداع الذي يعد وسيلة لبقاء واستمرار المؤسسة في بيئة العمل ذات التغير المستمر .[1]

كما يعرف رأس المال الفكري بأنه المقدرة العقلية على توليد أفكار جديدة وتتمتع بمستوى عال من الجودة وتمتلك القدرة على تحقيق التكامل للوصول إلى الأهداف المنشودة للمؤسسة .[2]

كما يعرف رأس المال الفكري على أنه مجموعة من الأفراد يمتلكون الخبرة والمعرفة الكفاءات والمهارات إضافة إلى المعلومات، والتي تمكنهم من المشاركة بشكل فاعل في أداء المؤسسة التي يعملون بها من أجل تطويرها وتحسين وضعيتها .[3]

استنادا إلى ما سبق يمكننا تحديد حيز لمفهوم رأس المال الفكري والتي نلخصها في النقاط الرئيسة التالية :

- رأس المال الفكري يمثل القدرات الفكرية للأفراد من ذوي المهارات والكفاءات والتي تمكنهم من المشاركة الفعالة في تطوير المؤسسة .
- رأس المال الفكري يمثل مجموعة الأصول غير الملموسة، وإذا قلنا أصول معنى ذلك موجودات لدى المؤسسة يحب الاستثمار فيها من أجل أن تحقق قيمة مضافة لصالح المؤسسة .
- رأس المال الفكري يعتبر مصدر رئيسي لاكتساب ميزة تنافسية عن طريق عملية الإبداع والابتكار لدى العنصر البشري، مما يضمن للمؤسسة البقاء وتحقيق التميز في بيئة العمل ذات التغير المستمر والمتسارع .

I -2مكونات رأس المال الفكري :

يعد رأس المال الفكري أكثر الموجودات قيمة في ظل اقتصاد يطلق عليه) اقتصاد المعرفة (لأنه يمثل قوى عملية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شيء في المؤسسة، ويتكون رأس المال الفكري من المكونات الأساسية التالية :

-رأس المال البشري :ويتمثل في المعرفة التي يمتلكها ويولدها الأفراد العاملون بالمؤسسة والتي تضمنها المهارات، والخبرات والابتكارات .[4]

ولقد أكد Stewart في نموذجه لرأس المال الفكري أن المعرفة التي يمتلكها الأفراد في المؤسسة هي الاستثمار الحقيقي، وتتمثل هذه المعرفة بكمية المعلومات التي يمتلكها الفرد ودرجة ترابط وتكامل هذه المعارف لجميع الأفراد لتحقيق التحسينات المتواصلة، لذلك تسعى المؤسسات الرائدة في مجال الأعمال إلى إقامة رأس مال بشري وفق أسس علمية معتمدة على التحليل الموقفي لمؤسسة و تحديد قيمة رأس المال البشري لمؤسسات المنافسة .[5]

-**رأس المال الهيكلي** :يمثل رأس المال الهيكلي في المؤسسة الهيكل المعرفي الذي يتحدد بقدرة المؤسسة على نقل المعارف والمهارات والخبرات الممتلكة من قبل العاملين إلى الواقع الفعلي[6]، وذلك من خلال نتائج الإبداع والابتكار المتمثلة بما يسمى بالملكية الفكرية التي تنعكس في براءة الاختراع، حق النشر والتأليف، العلامة التجارية، أسلوب القيادة والتنظيم...إلخ .[7]

-**رأس المال الزبوني) الداخلي والخارجي** :(يتمثل في المعرفة المتولدة قيمتها من الزبائن الراضين ذوي الولاء، وكذلك الموردين المعول عليهم وفي المصادر الخارجية الأخرى للمؤسسة .[8]

تتمثل قدرة المؤسسة في تحويل المعرفة والأصول المعرفية لمكونات رأس المال المعرفي والموزعة ومن المؤسسة وأقسامها إلى أشكال الملكية الفكرية أكثر تحديدا و أسهل استخداما في تكوين وخلق قيمة مضافة من خلال تدفقات المعرفة الحادثة فيما بينها والذي تؤدي في النهاية إلى نواتج مالية إذا تمت إدارة رأس المال المعرفي بفاعلية .[9]

I -3قياس وتقييم أداء رأسمال الفكري :

يهدف تقييم أداء رأس المال الفكري إلى حل مشكلة المعلومات التي يحتاجها المستثمرون للإجابة على التساؤل هل للمؤسسة أداء حسن أم سيء وقبل التطرق إلى مداخل تقييم أداء رأس المال الفكري لا بأس أن نستعرض عناصر رأس المال الفكري وأوجه الإنفاق عليه وذلك من خلال الجدول التالي:

جدول :(1) عناصر رأس المال الفكري وأوجه الإنفاق عليها

الرقم	العنصر	مفهوم العنصر	أوجه الإنفاق على العنصر
1	صناعة رأس المال الفكري	قدرة المؤسسة على البحث عن الخبرات المتقدمة والمهارات النادرة و جذبها للعمل فيها .	• تكاليف البحث عن الخبرات المتقدمة . • تكاليف جذب المهارات التقنية المتقدمة . • تكاليف تصميم نظام معلومات يسهل مهمة الجذب والاستقطاب .
2	تنشيط رأس المال الفكري	قدرة المؤسسة على زيادة رصيدها المعرفي باستمرار من خلال تعزيز القدرات وتنمية العلاقات بين الأفراد للتعاون في حل المشكلات المعقدة.	• تكاليف تعزيز قدرات لأفراد العاملين . • تكاليف برامج تنمية العلاقات الإنسانية في محيط العمل لتقليل المعارضة والمقاومة بين العاملين . • تكاليف خلق الأنسجة الفكرية والتي تمثل في تعاون مجموعة من الأفراد على التعلم المشترك ونشره بين مجموعة المحترفين .
3	تنشيط رأس المال الفكري	مجموع الأساليب المستخدمة من قبل المؤسسة لإنعاش عملية الإبداع و الابتكار عند العاملين فيها باستمرار .	• تكاليف استخدام طريقة العصف الذهني مع العاملين لإثارة القدرة الإبداعية عندهم . • تكاليف تكوين الجماعات الحماسية والتي تمثل مجموعات نشيطة تحب التحدي والإنجازات العالية في العمل . • تكاليف إقامة نظام لجمع أراء العالمين ومقترحاتهم التطويرية .
4	المحافظة على رأس المال	قدرة المؤسسة على الاهتمام بالطاقات المعرفية من العاملين القادرين على إنتاج أفكار	• تكاليف التدريب و التطوير المستمرين . • تكاليف التحفيز المادي والابتكاري . • تكاليف تقليل فرص الاغتراب التنظيمي .

	الفكري	جديدة أو تطوير أفكار قديمة تخدم المؤسسة .	
5	الاهتمام بالزبائن	مدى اهتمام المؤسسة بآراء الزبائن ومقترحاتهم وأخذها بنظر الاعتبار عند تصميم المنتجات الجديدة أو المعدلة .	• تكاليف نظام توثيق متطلبات الزبائن . • تكاليف نظام تقديم الخدمة للزبائن . • تكاليف منح المزايا الإضافية للزبائن .

المصدر :عادل حرشوش المفرجي وأحمد علي صالح :الإنفاق على رأس المال الفكري وأثره في نجاح الشركات الصناعية، المؤتمر الثاني بجامعة الأردن،26 ، 27 أفريل، 2005.

يعد تقييم رأس المال الفكري من العوامل الهامة التي تساهم في تحقيق ميزة تنافسية حيث أن تقييم رأس المال الفكري يؤدي إلى المحافظة عليه وتطوير أدائه داخل المؤسسة، مما يضمن للمؤسسة إبداع رأس المال الفكري، أما عن طرق تقييم رأس المال الفكري فهناك أربعة مداخل نلخصها فيمايلي :[10]

المدخل الأول :التقييم عنصر بعنصر

عبارة عن تقييم كل عنصر على حدى باستخدام وحدات القياس المناسبة لكل عنصر لوحده .

المدخل الثاني :مدخل تكلفة الإحلال

عبارة عن تكلفة إحلال أو استرداد أي عنصر من عناصر رأس المال الفكري في حالة فقدانه .

المدخل الثالث :تكلفة الفرصة البديلة

بناء على هذه الطريقة يتم قياس الأصول الفكرية بصورة إجمالية على المستوى التنظيمي بدون الإشارة إلى عناصر رأس المال الفكري .

II -1 الميزة التنافسية :

تجتهد المؤسسة في بيئة تنافسية قصد التفوق على منافسيها ضمن قطاع النشاط الذي تنشط فيه، ولن يكون لها ذلك إلا إذا حازت على عنصر أو عناصر تميزها عنهم .

تعريف الميزة التنافسية :تعددت تعاريف الميزة التنافسية نذكر منها :

الميزة التنافسية :تعرف على أنها توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، بحيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا .[11]

كما تعرف الميزة التنافسية على أنها" ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لإستراتيجية معينة للتنافس ."[12]

وفي تعريف آخر لـ :(Davidson) يعرف الميزة التنافسية هو أنها القدرة على القيام بشيء أحسن من المنافسين، ويضيف بأنه يمكن للمؤسسة تحقيق أنواع من الميزات التنافسية، وذلك من ناحية التفوق في منافع المنتوج وانخفاض التكلفة .[13]

وتتمتع الميزة التنافسية بالخصائص التالية :[14]

- أنها تتبنى على اختلاف وليس تشابه .

- يتم تأسيسها على المدى الطويل، باعتبارها تختص بالفرص المستقبلية .
- عادة ما تكون مركزه جغرافيا .

وحتى تكون الميزة التنافسية فعالة يتم الاستناد إلى الشروط التالية :

- **حاسمة** :أي تعطي الأسبقية والتفوق على المنافس .
- **الاستمرارية** :بمعنى يمكن أن تستمر خلال الزمن .
- **إمكانية الدفاع عنها** :أي يصعب على المنافس محاكاتها أو إلغاءها .

تضمن هذه الشروط مجتمعة فعالية الميزة التنافسية، لأن كل شرط مرهون بالآخر، حيث أن شرط الحسم مقرون بشرط الاستمرارية، وهذا الأخير مقرون بشرط إمكانية الدفاع .

II-2أنواع الميزة التنافسية :هناك ثلاثة أنواع أساسية من الميزة التنافسية نوجزها في مايلي :[15]

- **ميزة التكلفة الأقل** :يقصد بها تحقيق تكلفة أقل من المنافسين، وهناك عدة حوافز ودوافع تشجع المؤسسات على تحقيق التكلفة الأقل وهي :توافر اقتصاديات الحجم، الآثار المترتبة على منحنى التعلم أو اقتصاديات الحجم، الآثار المترتبة على منحنى التعلم أو الخبرة وجود فرص مشجعة على تخفيض التكلفة وتحسين الكفاءة، سوق مكون من مشتريين واعين تماما للسعر .
- **ميزة التميز** :تتميز المؤسسة عن منافسيها عندما يكون بمقدورها امتلاك خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها، إن ميزة التميز تتطلب من المؤسسة تجنيد مواردها، حتى تتمكن من ممارسة أنشطتها المربحة بشكل أفضل مقارنة بالمنافسين .
- **ميزة التركيز** :وهي ميزة موجهة إلى قطاع محدود، أو إلى مجموعة معينة من العملاء دون غيرهم وذلك بدلا من التعامل مع السوق ككل، حيث تسعى المؤسسة إلى الاستفادة من ميزة تنافسية السوق المستهدف من خلال تقديم منتجات بأسعار أقل من المنافسين بسبب التركيز على خفض التكلفة، أو من خلال تقديم منتجات متميزة من حيث الجودة أو المواصفات أ خدمة العملاء بسبب التركيز على التميز .[16]

II -3معايير الحكم على الجودة :تتحدد جودة الميزة التنافسية بثلاثة ظروف وهي :[17]

مصدر الميزة :يمكن ترتيب الميزة التنافسية وفق درجتين :

- **مزايا من مرتبة منخفضة** :مثل التكلفة الأقل لكل من قوة العمل والمواد الخام، حيث يسهل تقليدها و محاكاتها من قبل المؤسسات المنافسة .
- **مزايا من مرتبة مرتفعة** :مثل تميز المنتج السمعة الطيبة بشأن العلامة أو علاقة وطيدة مع الزبائن محكومة بتكاليف تبديل مرتفعة .

II-4درجة التحسين والتطوير والتجديد المستمر في الميزة :تتحرك المؤسسات نحو خلق مزايا جديدة وبشكل أسرع قبل قيام المؤسسات المنافسة بتقليد الميزة القائمة حاليا، لذا يتطلب الأمر قيام المؤسسات بتغيير الميزة القديمة وخلق مزايا تنافسية جديدة ومن مرتبة مرتفعة .

لا يكفي أن تحوز المؤسسة على ميزة تنافسية فحسب، بل يجب أن يكون بمقدورها معرفة أداء هذه الميزة والحكم على سدادها، ويتم ذلك بالاستناد إلى معايير معبرة تختار وفقا للقواعد المعمول بها في قطاع النشاط .

إن البيئة التنافسية تمارس ضغوطا مستمرة على المؤسسة، فتدفعها للبحث على اكتساب ميزة أو مزايا تنافسية، تؤهلها إلى ضمان استمرارية نشاطها أولا والأسبقية على منافسيها ثانيا، وينجم كل ذلك عن عمليتي الجذب والدفع بين الثنائية) بيئة /ميزة(، باعتبار أن البيئة تدفع إلى إنشاء الميزة، وتضيف هذه الأخيرة بدورها عناصر جديدة للبيئة تزيد من تعقيدها وترفع من شدة قواها التنافسية .

-IIIدور الإبداع في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة :

انقسم الباحثون إلى فئتين حول الميزة التنافسية، فالفئة الأولى تبنت مدخل الاستدامة أو الميزة التنافسية المستدامة على أساس أنه من الممكن أن تكون الميزة التنافسية مستدامة، وأن العمل الاستراتيجي يحقق استدامة الميزة التنافسية .

أما الفئة الثانية فقد تبنت مدخلا جديدا يقوم على أن الميزة التنافسية المستدامة كانت ممكنة في الماضي أما الآن وفي ظل الأسواق غير مستقرة والمنافسة على الصعيد العالمي فلا ضمانة للميزة التنافسية المستدامة ومن هنا ظهرت أهمية عنصر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية عن طريق عملية الإبداع، على اعتبار أن رأس المال الفكري هو الذي يقوم بعملية الإبداع ومن هنا وجب التعرف على عنصر الإبداع .

III -1مفهوم الإبداع :

الإبداع ظاهرة قديمة، فمنذ بدء الخليقة و الإنسان يبدع ويخترع في كل المجالات سعيا للتكيف مع الظروف من ناحية وإيجاد الظروف المرغوبة، من ناحية أخرى .

والإبداع في اللغة من" بدع "وبدع الشيء أي أنشأه على غير مثال سابق وفي اللغة الإنجليزية تعني كلمة Innovateإحداث إيجاد شيء جديد .[18]

ولقد تعددت تعاريف الإبداع وتنوعت لكن أهمها مايلي :[19]

- يعرف الإبداع بأنه " تطبيق فكرة طورت داخل المؤسسة أو تمت استعارتها من خارج المؤسسة سواء كانت تتعلق بالمنتج أو الوسيلة أو النظام أو العملية أو السياسة أو البرنامج أو الخدمة، وهذه الفكرة جديدة بالنسبة للمؤسسة حينما طبقتها ."
- كما يعرف بأنه " تغيير في ناتج الموارد أو بلغة الاقتصاد تغيير في القيمة والرضا الناتج عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك .

وعرفه كاتب آخر بأنه عملية معينة يحاول فيها الإنسان عن طريق استخدامه تفكيره وقدراته العقلية وما يحيط به من مثيرات مختلفة وأفراد مختلفين، أن ينتج إنتاجا جديدا بالنسبة له أو بالنسبة لبيئته شريطة أن يكون هذا الإنتاج نافعا للمجتمع الذي يعيش فيه .

وعرفه :Sehumpter بأنه النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في في الإنتاج، أو كذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه، ولقد حدد خمسة أشكال للإبداع وهي :

- إنتاج منتج جديد .

- إدماج طريقة جديدة في الإنتاج أو التسويق .
- استعمال مصدر جديد للمواد الأولية .
- فتح وغزو سوق جديدة .
- تحقيق تنظيم جديد للصناعة .

III-2خصائص الإبداع :

يمكن حصر أهم خصائص الإبداع في النقاط التالية :[20]

- الإبداع هو عبارة عن منتج ملموس أو عملية إجراد داخل المؤسسة .
- لابد أن يمثل الإبداع شيئا جديدا بالنسبة للمجتمع محل تطبيقه) جماعة عمل، إدارة المؤسسة ككل (حتى وإن لم يكن جديرا بالنسبة للأفراد الذين يقومون بإنجازه .
- يجب أن يكون الإبداع شيئا مقصودا وليس عارضا .
- يجب أن يهدف الإبداع إلى تحقيق فائدة للمؤسسة .
- يجب أن يتسم الإبداع بعمومية أثره وفوائده .

III -3خطوات عملية الإبداع :

هناك نماذج اقترحها الكتاب والباحثون بشأن مراحل وخطوات عملية الإبداع و أهم هذه النماذج، النموذج الذي اقترحه الكاتبان كرايتز وكينيكي Kreitner et Kinicki ومضمونة أن عملية الإبداع تتضمن المراحل الخمس التالية :[21]

- **الإعداد** :وتتضمن المدة التي يقضيها الفرد في التعلم و القراءة والتدريب في العمل، وحضور المؤتمرات والندوات و غيرها ليتمكن الفرد من الإحاطة بكل أبعاد المشكلة و الإحساس بها .
- **التركيز** :وفي هذه المرحلة يركز الفرد اهتمامه وتفكيره على حل المشكلة .
- **الاحتضان** :وهنا ينخرط الفرد في أعماله اليومية بينما يحول ذهنه في البحث عن المعلومات .
- **الشروق /الإلهام** :بينما يبحث الفرد عن المعلومات يعمل على ربطها وإيجاد العلاقات فيما بين الأشياء .
- **الإثبات /التحقق** :إعداد العملية بكاملها من أجل إثبات الفكرة أو تعديلها أو تجربتها .

-V-الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية :

يشكل الإبداع أهم وسيلة هامة لتحقيق الميزة التنافسية في زمن يزداد فيه التقليد بسرعة كبيرة، ولن يتحقق ذلك إلا إذا كانت المؤسسة تثمن رأس مالها الفكري، فاستثمار العنصر البشري يعني تثمين رأس مالها الفكري، فاستثمار العنصر البشري يعني تثمين نشاطه واستغلال أفكاره التي قد تأتي بالجديد المبتكر

للمؤسسة، أو لتحديث وتطوير أساليب العمل والإنتاج والإدارة بها، وهذا ما يحقق للمؤسسة الميزة التنافسية .

من جهة أخرى إن تسارع التغيير التقني يفرض تحديات لا يمكن تجاهلها، فالإبداع ميزة تنافسية وبخاصة في الصناعات الناشئة، والانفجار الإبداعي الذي تعيشه المؤسسات الصناعية لا يتضمن فقط التقنية الجيدة بل يشمل أيضا استراتيجيات وسياسات وممارسات وخبرات وتجارب تنظيمية وإدارية متنوعة حول كيفية تحقيق أقصى إبداع ممكن .[22]

إن الإبداع يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة عن طريق عوامل عديدة أهمها مايلي :

- **ابتكار منتجات جديدة** :تساهم عملية الإبداع لدى العنصر البشري في ابتكار منتجات جديدة ودخولها الأسواق لأول مرة، وقد بينت معظم الدراسات أن إبداع وابتكار المنتجات الجديدة ناتج عن عملية توليد أفكار جديدة من قبل رأس المال الفكري، وأوضحت نفس الدراسات أنه من بين 58فكرة لمنتج جديد 7 منها فقط تتجسد على شكل منتجات جديدة، ولكن عند اختبارها في السوق لم يبقى سوى اثنان وفي آخر المطاف يتم الاحتفاظ بفكرة واحدة .[23]

والنموذج التالي يبين ذلك :

عدد الأفكار

58

50 التحليل الأولي

20

10

منتج جديد الاختبار التطوير والإبداع

1

الإبداع في 100 30 20 10

المنتج الجديد

الشكل :(1) **الإبداع في ابتكار المنتج الحديد**

المصدر :جيمس هيجتر، الطرق الإبداعية لحل المشكلات الإدارية، ترجمة عبد الرحمان توفيق، إصدارات بميك، مصر2001 ، ص .132

- **ابتكار طرق إنتاج جديدة** :ويقصد به ابتكار أو تغيير في طرق وأساليب الإنتاج بهدف تخفيض تكاليف الإنتاج وتحسين أداء الأسلوب الفني للإنتاج من الناحيتين الفنية والاقتصادية في آن واحد مما يترتب عنه نتائج إيجابية في المردودية أو كمية المخرجات وانخفاض التكلفة بالنسبة للوحدة المنتجة.

إن إحداث التغيرات في أساليب الإنتاج وتحسين أدائها وتبسيطها ينجر عنها نتائج إيجابية، تتمثل في السرعة في معالجة المدخلات وتدفق المخرجات وتخفيض من تكاليف الإنتاج وترشيد للعملية الإنتاجية، أي الرفع من فعالية جهاز الإنتاج، وهذا ما يسمح للمؤسسة من تحقيق هوامش أكبر و ضمان لاستمرارية التنافسية، وعليه فالبحث عن إبداعات الأسلوب الفني الإنتاجي و استغلالها يمكن المؤسسة من تحسين أداء أسلوبها الإنتاجي فنيا واقتصاديا، حيث يكمن الجانب الفني في تحسين جودة المنتجات والسرعة في معالجة المدخلات والجانب الاقتصادي في تخفيض تكاليف الإنتاج .[24]

ج -ابتكار طرق جديدة في التنظيم :ويقصد به إدماج وتغيير إجراءات وطرق التسيير، بهدف تحويل وإعادة تنظيم طرق التسيير، والمعارف المكتسبة من أجل جعل سلوك المؤسسة والأفراد أكثر إيجابية وفعالية .[25]

د -الابتكار في مجال التسويق :لا يمكن تجاهل أهمية الإبداع في كل مجالات الحياة وخصوصا في المجال التسويقي، حيث تتفق معظم الدراسات التسويقية إن لم نقل كلها على أن الإبداع يحقق عدة مزايا للمؤسسة في مجال التسويق أهمها مايلي :[26]

- تحسين خدمة المستهلكين وذلك من خلال المرونة و التكيف وفقا لحاجاتهم، كما يساعد الإبداع في كسب زبائن جدد والحفاظ على الزبائن الحاليين .
- تحسين إنتاجية المؤسسة وذلك بتحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء، وإنجاز الأهداف واستخدام الموارد غير مستغلة في تطوير وإنتاج منتجات جديدة أفضل .
- زيادة قدرة المؤسسة وذلك من خلال سرعة تقديمها للمنتجات بفضل قنوات التوزيع الفعالة، إضافة إلى تقليل تكلفة التصنيع من خلال عملية الإبداع في العملية .
- تحسين صورة المؤسسة ومكانتها واكتسابها للميزة التنافسية عن طريق زيادة الولاء للعلامة التجارية .
- إيجاد فرص جديدة للمؤسسة للبيع في أسواق جديدة وهذا ما يؤدي إلى زيادة المبيعات وزيادة الربحية.

V-1 دور وأهمية رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة :

يعتبر رأس المال الفكري في المؤسسة هو أثمن ما تمتلكه المؤسسات، إلا أنه يتعلق بالعنصر البشري الذي يتصف بالمزاج المتقلب، على خلاف الآلة التي تعطي بقدر استغلالها، وحتى تتجنب المؤسسة الاستفادة الضعيفة من رأس مالها الفكري يجب أن تولي الإدارة أهمية بالغة لهذا العنصر نظرا لأنه يساهم في تعزيز من المكانة التنافسية للمؤسسة، ذلك لأن رأس المال الفكري يمثل قوة عملية قادرة على إدخال التعديلات الجوهرية على كل شيء في أعمال المؤسسة، فضلا عن عملية الابتكارات المتتالية التي يقوم بها .[27]

إن رأس المال الفكري يلعب دورا استراتيجيا مهما فهو وتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، فهو إذن المحور الذي يتعلق بعملية التفكير، فالتفكير محصور في العنصر البشري، فالنقود تحقق منافع عدة لكن لا

يمكنها أن تأخذ مكان رأس المال الفكري أو تعوضه، والآلات تؤدي العمل بصورة كفأة وفعالة وأفضل إنتاجية من العاملين، لكنها لا يمكن أن تتوصل إلى الاختراعات والابتكارات، أما المورد البشري فهو المصدر الأساسي لعمليات الإبداع و الابتكار وعنصر أساسي يساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة في ظل اقتصاد المعرفة، ورغم أن الاقتصاد المعرفي يتطلب الكثير من التغيرات الجوهرية التي تمكن المؤسسات من تحقيق النجاح في ظل هذا الاقتصاد الجديد، غير أن هناك بعض القضايا التي لا تتغير مع تغير أنماط الاقتصاديات، وهذا ما يؤكد عليه) بورتر (Porter إذ يشير إلى أنه في ظل فترات تقلب الأعمال، فإنه في الأغلب تظهر غالبا قواعد جديدة للمنافسة، ولكن مع هذا فإن عملية تحقيق القيمة الاقتصادية المناسبة للمؤسسات أصبحت مرة جديدة هي الحكم النهائي لنجاح الأعمال والقيمة الاقتصادية هي غير موجودة، إذا انعدمت الفجوة بين السعر والتكلفة، ويمكن الاعتماد بصورة أساسية على الربحية المستدامة في قياس تحقق القيمة الاقتصادية المناسبة للمؤسسة، ولذلك فإن الربحية تظل قيمة جوهرية للحكم على نجاح المؤسسات سواء في الاقتصاد المعرفي أو الاقتصاد التقليدي .

إن إدارة رأس المال الفكري تدعم الجهود للاستفادة من الأصول الملموسة للمؤسسة والتي تشجع الإبداع و تروج للمعرفة القائمة كأساس للأفكار الجديدة، وأن توزيع المعرفة يحسن الأداء ويساعد المؤسسة على التأكد من أن المعرفة قد تم استخدامها في إنتاج الإبداعات ومنه اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية مستدامة .

خلاصة البحث :

في الأخير وكخلاصة لهذه الورقة البحثية يمكن القول بأن رأس المال الفكري أصبح من أهم العوامل التي تساعد على نجاح المؤسسة، وذلك لما له دور في عملية الإبداع و ما ينتج عنه من اكتساب المؤسسات لميزة تنافسية تضمن لها البقاء في ظل البيئة المتسارعة التغيرات .

إن رأس المال الفكري يتمثل في رأس المال البشري الذي يبقي العنصر الوحيد صاحب الإبداع والابتكار والتجديد، وهو المحدد الوحيد لقيمة المؤسسة في البيئة التي تنشط فيها .

إن عملية الإبداع على مستوى المؤسسة أصبح ضرورة وأمرا مهما فرضته البيئة التي تنشط فيها مختلف المؤسسات التي أصبحت تتميز بالمنافسة وعدم الاستقرار، لهذا وجب على مختلف المؤسسات الاعتناء وتسيير رأس المال الفكري، وتنميته وتطويره، بهدف زيادة القدرات الإبداعية على مستوى المؤسسة وتحقيق الميزة التنافسية التي تسعى كل المؤسسات لاكتسابها والحفاظ عليها حتى تصبح ميزة مستدامة .[28]

الهوامش

[1]- jean; c " La Management Savoir" Press univ; France; paris, Mars, 2002, 2[ed].p3.

[2-]عادل حروش المفرجي، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2003، ص 17.

[3-]نفس المرجع السابق، ص17 ، 18.

[4-]نصر الدين بن نذير ومصطفى بداوي، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، الملتقى العلمي الدولي حول إدارة وقياس رأس المال الفكري، جامعة البليدة، 2.3 ديسمبر،2008 ، ص 4.

[5-]سهيلة محمد عباس، علاقة رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة، دراسة تحليلية ونموذج مقترح، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة، سلطنة عمان، العدد97 ،2004 ، ص 130.

[6-]نفس المرجع السابق، ص 130.

[7-]نفس المرجع السابق، ص 131.

[8-]قاسم نايف المحباوي، إبراهيم محمد الزعلوك، دور رأس المال المعرفي في تعزيز منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن،2003 ، ص 13.

[9-]سهيلة محمد عباس، علاقة رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة، مرجع سابق ذكره، ص 131.

[10]- Edvisson.L; Malone M. "Jntellectual capital First; ed Harper collins publisher. Ins; New your, USA, p18.

[11]- Porter, 1 Avantage Concoure nt, el des Nations; Inter, ed, 1993; p48.

-[12]نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب،1998 ، ص 37.

-[13]يحه عيسى وآخرون، التسويق الاستراتيجي، دار الخلدونية، الجزائر،2011 ، ص 131.

[14]- Porter, 1 Avantage concoure nt, el des nations , opcit, p18.

-[15]نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص 115.

-[16]ثابت عبد الرحمان إدريس، جمال الدين محمد مرسي، الإدارة الاستراتيجية) مفاهيم ونماذج تطبيقية (الدار الجامعية، دون طبعة، مصر2003 ، ص 255.

-[17]نصر الدين بن نذير ومصطفى بداوي، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، مرجع سبق ذكره، ص .8

-[18]حسين مريم، إدارة المنظمات) منظور كلي (دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،2003 ، ص .303

-[19]نفس المرجع السابق، ص .303

-[20]نصر الدين بن نذير ومصطفى بداوي، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، مرجع سابق ذكره، ص .9

-[21]حسين حريم، إدارة المنظمات، مرجع سابق ذكره، ص306 ، .307

-[22]نفس المرجع السابق، ص .312

-[23]جيمس هيجتر، الطرق الإبداعية لحل المشكلات الإدارية، ترجمة عبد الرحمان توفيق، إصدارات بميك، مصر،2001 ، ص .132

-[24]نفس المرجع السابق، ص .135

-[25]نصر الدين بن نذير ومصطفى بداوي، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، مرجع سابق ذكره، ص .11

[26]- Michon,c et Autres, Le Marketeur , ed poor son éduction, France, 2003, p163.

-[27]حسين مريم، إدارة المنظمات، مرجع سابق ذكره، ص .327

-[28]نصر الدين بن نذير ومصطفى بداوي، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية، مرجع سابق ذكره، ص .16